

Aumenta di oltre il 10% il corredo scolastico, libri più cari. Gli spot spingono all'acquisto di moda

Zaini, libri e kit grandi firme la famiglia affronta il salasso

Fioriscono le iniziative per il risparmio: dagli astucci senza disegni agli sconti della Coop

E' guerra di marketing per conquistare i più piccoli clienti della scuola materna



MARINA CAVALLIERI

ROMA — Nei paesi anglosassoni si chiama "back to school", è il ritorno a scuola, un evento intorno al quale è stata creata una festa consumistica come il Natale o San Valentino, una stagione in cui crescono anche le vendite di abbigliamento e videogiochi. L'Italia non è da meno. Quest'anno la scuola si apre infatti tra marketing e polemiche, con un mercato in fibrillazione, ricco di prodotti accattivanti ma con i prezzi in aumento, un settore dove le famiglie dovranno fare i conti con oltre trentamila libri di testo e scegliere tra lo zaino in fibra supertecnologica e quello no-griffe. Un mercato tenuto sotto osservazione dalle organizzazioni dei consumatori per le quali i conti sono già fatti: ogni famiglia sborserà in media 585 euro per mandare i figli a lezione, 35 euro in più rispetto al 2003. In particolare il corredo scolastico subirà un aumento

intorno al 10 per cento. Sale anche il prezzo dei libri di testo: dell'1,16 per cento.

Prezzi in crescita, dunque, il resto è un dibattito sociosanitario come quello per capire se è meglio lo zaino o il trolley, è polemica ad oltranza come lo sciopero dei consumi proposto in Campania per il 16 settembre, il resto è pubblicità come quella che monopolizza la fascia televisiva pomeridiana, uno spot dietro l'altro per spettatori — alunni invitati all'acquisto di cartoleria che ormai è solo un segmento del marketing cinematografico, da Spiderman a Catwoman. Perché sul carro scolastico oggi salgono tutti, i personaggi televisivi, quelli dei cartoon e dei videogiochi: la scuola è business, una cosa seria.

I prezzi dei libri — Gli editori sono soddisfatti perché, dicono, l'aumento è al di sotto dell'inflazione: 1,16%. Comunque anche quest'anno aumento c'è stato. Questo il risultato dell'analisi effettuata dall'Ispo per l'Associazione Editori sui 33.811 libri di testo presenti in commercio. «Un dato sotto il tetto dell'inflazione, inferiore ai rincari medi del 2003», dice

soddisfatto Roberto Gulli dell'Associazione Editori. «Si riscontra così per la scuola media di I grado un incremento dei libri dell'1,56%, per

quelli delle scuole secondarie l'incremento è dell'1,32%, atlanti e dizionari passano dall'1,49% del 2003 allo 0,88% del 2004». Difatto, portafoglio alla mano, si può spendere dai 400 ai 500 euro per i libri delle scuole superiori, mentre l'acquisto dei libri usati è reso sempre più difficile dal continuo cambiare dei programmi.

Il corredo scolastico — Ci sono i kit a 25 euro sponsorizzati dai Comuni, quelli ecologici e in favore dei bambini iracheni, ci sono le offerte dei discount e i prodotti costosi delle griffe.

I conti sui prezzi sono stati fatti da Intesa Consumatori (Adoc, Adusbef, Codacons e Federconsumatori) secondo queste or-



ganizzazioni per il corredo si registrano aumenti fino al 10 per cento. Il costo può andare dai 50 euro negli ipermercati ai 126 dei prodotti griffati anche se le associazioni precisano che se si riesce nella missione è impossibile di non seguire le mode si potrà risparmiare fino al 40%.

Corsa al risparmio. Ergonomici, resistenti, ma senza griffe sono i kit sponsorizzati dai Comuni in collaborazione con la Confcommercio, vendono praticità contro estetica, convenienza contro moda. In molte città sono a 35 euro, a Milano il prezzo è ancora più basso a 20 euro. Ma fioriscono un po' ovunque le iniziative al risparmio che rappresentano un florido mercato alternativo. Si possono avere kit a prezzo bloccato anche alla Rinascente e alla Upim, rispettivamente a 24,90 e 34 euro. Chi vuole contenere i prezzi dei libri può invece prenotarli alla Coop risparmiando il 10 per cento.

Tendenze. E' guerra di spot, è sfida di marketing per conquistare le fantasie degli alunni e i portafogli dei genitori. Tra zaini e diari, veri oggetti di culto, tengono duro Seven, Pickwick, Eastpack, Invicta, in lotta con gli eroi delle multisale come Spiderman e Catwoman. Tra gli scaffali per i più impegnati c'è l'eterna Smemoranda, per le bambine va il rosa di Barbie, le magie di Streghe e Witches. Per i discoli Lupo Alberto e Geronimo Stilton, mentre i più piccoli vanno all'asilo con Winnie the Pooh. «La chiave ormai è anticipare, già a luglio inizi a trovare il corredo scolastico», spiega Carlo Meo, esperto di marketing. «Ma ormai il confine tra cartoleria e giocattoli non esiste più».

IL CAROSCUOLA**585 EURO**

SPESA MEDIA PER ALUNNO

275 EURO

SPESA MEDIA PER I LIBRI

400/500 EURO

SPESA PER I LIBRI NELLA SCUOLA SUPERIORE

1,16%

AUMENTO DEI LIBRI NEL 2004

126 EURO

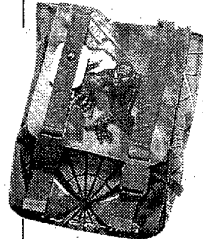
UN CORREDO SCOLASTICO GRIFFATO

**Il Grembiule****SEMPLICE E COSTOSO**

Aumentano anche i grembiuli. Uno per le elementari veniva 12,50 al super e ipermercato nel 2003, 14,90 invece nel 2004. Al negozio 18 contro i 24 di quest'anno

Il Kit**A PREZZO BLOCCATO**

Ci sono aziende come la Disney che propongono interi kit scolastici, è la griffe totale. In alternativa ci sono i kit sponsorizzati da molti Comuni a prezzo bloccato e senza marchi

Lo Zaino**GRIFFATO O MINIMAL**

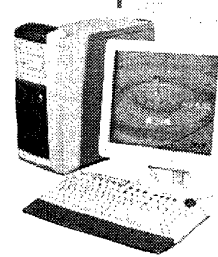
Irrompono nel mercato degli evergreen i nuovi eroi cinematografici come Spiderman. Per chi resiste alla tentazione si va dai classici Seven, Invicta, Pickwick, ai minimalisti come Eastpack

Il Trolley**E' PIÙ ERGONOMICO**

Molte associazioni consumatori consigliano il trolley al posto dello zaino: meno nocivo per la schiena dei bambini. Più diffusi tra i più piccoli, sono prodotti da diverse ditte: da Barbie a Invicta

I Diari**NUOVI OGGETTI CULT**

Oggetti di culto per gli studenti, si dividono tra i classici Comix e Smemoranda, a quelli dell'ultima generazione genere Harry Potter e Bratz (solo per bambine)

Il Computer**PROPOSTE TECNO**

Anche la Apple in occasione del "back to school" propone prodotti techno, Cd rom ed altro per gli studenti, mentre nei kit a prezzo bloccato non mancano i cd-rom